मीडिया में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की भूमिका का विश्लेषणात्मक अध्ययन

(एआई एंकर के विशेष संदर्भ में)

जनसंचार एवं पत्रकारिता

विषय में

पीएच.डी. उपाधि

हेतु

शोध प्रारूप

शोध निर्देशक:

डॉ. रविन्द्र प्रताप राणा

प्रोफेसर,

आई.आई.एम.टी. विश्वविद्यालय, मेरठ।

प्रस्तुतकर्ता:

विशाल शर्मा

शोधार्थी

स्कूल ऑफ मीडिया, फिल्म एण्ड टेलीविजन स्टडीज

आई.आई.एम.टी विश्वविद्यालय,

मेरठ (उत्तर प्रदेश)

2023

1 प्रस्तावना :

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) यानि कृत्रिम बुद्धिमत्ता तेजी से मीडिया क्षेत्र को पूर्णतः परिवर्तित करती जा रही है। एआई का उपयोग विषय–सामग्री चुनाव व निर्माण, वितरण, उपभोग, डेटा विश्लेषण, व्यक्तिगत विकल्प प्रस्तुत करने और सामग्री को नए रूपों में निर्मित करने के लिए किया जा रहा है। हालांकि, मीडिया में एआई के उपयोग से निजता, पूर्वाग्रह और नौकरी के विस्थापन सहित ऐसी कई चुनौतियों की आशंकाएं भी प्रकट की जा रहीं हैं। प्रस्तावित शोध का उद्देश्य मीडिया क्षेत्र में कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) के अवसरों और चुनौतियों को समझना और विश्लेषित करना है। जिससे हम एआई का अधिक सकारात्मक उपयोग कर सकें और इसके नकारात्मक प्रभावों से सचेत होकर कार्य कर सकें।

ऑक्सफोर्ड इंग्लिश डिक्शनरी, 2021 ने इस यांत्रिक मानवीय बुद्धि को परिभाषित करते हुए लिखा है कि ''आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (कृत्रिम बुद्धिमत्ता) कंप्यूटर सिस्टम का ऐसा सिद्धांत और विकास है, जो मनुष्यों द्वारा किए जाने वाले कार्यों को पूरा करने की क्षमता रखता है, जैसे दृश्य बोध, वाक् पहचान, निर्णय लेने की क्षमता व समझ और भाषा अनुवाद।'' एआई एक संज्ञानात्मक विज्ञान है जो ऐसे बुद्धिमान कंप्यूटर विकसित करने पर ध्यान केंद्रित करता है जिनमें मानव के समकक्ष कार्य करने और समझने की क्षमता हो। एआई प्रणाली में कंप्यूटर प्रोग्रामिंग के माध्यम से व्यक्ति विशेष व कार्य विशेष अनुसार व्यवहार, विश्वास, रूचियों और कार्य प्रणाली के आंकड़ों को एकत्रित करके उनके अनुभवों को संचित किया जाता है और विश्लेषित करके आउटपुट निकाला जाता है। एआई को देखने, सुनने, बोलने, चलने–फिरने और लिखने जैसी मानवीय क्षमताएं दी जा रही हैं और ये क्षमताएं कंप्यूटर इंसानों की तुलना में कहीं अधिक तेजी से सीख सकते हैं। विभिन्न कार्यों की दक्षता को स्वचालित करने और सुधारने के लिए एआई उपकरणों का उपयोग अनेक उद्योगों में किया जा रहा है। चैट जीपीटी, समाचार वाचक जैसे–एआई सना और एआई फोटोस ने कृत्रिम बुद्धिमत्ता के नये उपयोग का एक नया क्षितिज खोल दिया है।

1.1 आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (कृत्रिम बुद्धिमत्ता):

प्रस्तावित शोध में सर्वप्रधम एआई को समझना आवश्यक है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) शब्द को सर्वप्रथम बार सन् 1956 में डार्टमाउथ कॉलेज में आयोजित सम्मेलन में दुनिया के सामने पेश किया गया और यहाँ से कृत्रिम बुद्धिमत्ता शैक्षणिक अध्ययन का अंग बनता चला गया। एआई 21वीं सदी के सबसे महत्वपूर्ण विषय के रूप में अपनी उपस्थिति दर्ज करा चुका है। एआई का प्राथमिक लक्ष्य कंप्यूटरों को जटिल कार्यों को करने में सक्षम बनाना है जिसके लिए मानव स्तर की बुद्धि की आवश्यकता होती है। इसमें मनुष्यों की संज्ञानात्मक क्षमताओं को दोहराने के लिए व्यवहारों, प्राथमिकताओं, विश्वासों और रुचियों को सीखने के लिए प्रोग्रामिंग मशीनें शामिल हैं। एआई सिस्टम प्राकृतिक भाषा को संसाधित करने में सक्षम हैं, एआई स्वयं के अनुभव से सीखते हैं, और समस्याओं के समाधान की योजना बनाते हैं। जिससे वे विभिन्न प्रकार के अनुप्रयोगों के लिए अमूल्य बन जाते हैं। आज, एआई हमारे जीवन का एक महत्वपूर्ण अंग बन गया है, जिसका उपयोग स्वचालित जन परिवहन और विमानन, कंप्यूटर गेमिंग, चेहरे और आवाज की पहचान, चालक रहित कारों, आभासी सहायकों और साथी रोबोटों में किया जा रहा है।

एआई कई अनुप्रयोगों के साथ एक निरंतर विकसित होने वाली तकनीक है। सबसे अधिक उपयोग किए जाने वाले कुछ अनुप्रयोग प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण (एनएलपी), छवि पहचान, कंप्यूटर दृष्टि, वाक् पहचान, रोबोटिक्स और स्वचालन हैं। इन तकनीकों का उपयोग प्रक्रियाओं को स्वचालित करने, नए इंटरफेस बनाने और अंतर्दृष्टि प्राप्त करने के लिए डेटा का विश्लेषण करने के लिए किया जाता है। दक्षता और सटीकता में सुधार के लिए एआई का स्वास्थ्य सेवा, वित्त और अन्य उद्योगों में भी तेजी से उपयोग किया जा रहा है।

एआई कंप्यूटर मॉडल और एल्गोरिदम का एक संग्रह है जिसका उपयोग सीमित मानवीय भागीदारी के साथ बुद्धि का अनुकरण करने और निर्णय लेने के लिए किया जाता है। विशेषज्ञ प्रणालियाँ तथ्यों को संसाधित करने और ज्ञान के आधार पर परिणाम तय करने के लिए विभिन्न प्रविधियों का उपयोग करती हैं। फजी लॉजिक निरंतर अवस्थाओं से संबंधित है और यह द्विआधारी निर्णय लेने तक सीमित नहीं है। तंत्रिका नेटवर्क एल्गोरिदम हैं जो मस्तिष्क के कार्य की नकल करने का प्रयास करते हैं, इसके न्यूरॉन्स एक दूसरे के साथ संवाद करते हैं और नए कौशल सीखते हैं क्योंकि डेटा परतों के माध्यम से संसाधित होता है। मशीन लर्निंग एआई का एक सबसेट है जो स्पष्ट प्रोग्रामिंग के बिना पैटर्न और निर्णय लेने के स्वचालित सीखने की अनुमति देता है। एमएल डेटा से अंतर्दृष्टि की अनुमति देकर आउटपुट में सुधार कर सकता है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, जैसा कि वर्तमान में है, मशीन लर्निंग पर बहुत अधिक निर्भर करता है।

विशेषज्ञ प्रणाली, फजी लॉजिक, न्यूरल नेटवर्क और मशीन लर्निंग जैसे एआई टूल का उपयोग बुद्धिमत्ता का अनुकरण करने और निर्णय लेने के लिए किया जाता है। डीप लर्निंग आर्किटेक्चर अमूर्त जानकारी के पदानुक्रम को संभालने की क्षमता के कारण छवि और ऑडियो पहचान, और प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण जैसे कार्यों में विशेष रूप से उपयोगी होते हैं। प्राकृतिक भाषा प्रोसेसर एआई को मानवीय भाषाओं को समझने में मदद करते हैं इसलिए यह हमारे लिए उपयोगी हो सकता है। रोबोट डेटा रिकॉर्ड करने और स्वायत्त रूप से निर्णय लेने के लिए सेंसर का उपयोग करते हैं, जिससे वे कुछ व्यवसायों में उपयोगी हो जाते हैं। विभिन्न एआई मॉडल के संयोजन की अक्सर सिफारिश की जाती है क्योंकि वे एआई सिस्टम को रीयल–टाइम डेटा के आधार पर सीखने और अनुकूलित करने में मदद कर सकते हैं।

1.2 कंप्यूटर का इतिहास :

कंप्यूटर का इतिहास 19वीं शताब्दी की शुरुआत का है, जब गणना में सहायता के लिए यांत्रिक उपकरणों का उपयोग किया जाता था। पहला मैकेनिकल कंप्यूटर, डिफरेंस इंजन, 1822 में चार्ल्स बैबेज द्वारा डिजाइन किया गया था। यह मशीन बुनियादी अंकगणितीय संचालन करने में सक्षम थी। 19वीं शताब्दी के अंत में, हरमन होलेरिथ ने पहली इलेक्ट्रोमैकेनिकल टेबुलेटिंग मशीन विकसित की, जिसका उपयोग सन् 1890 की अमेरिकी जनगणना को सारणीबद्ध करने के लिए किया गया था। इस मशीन ने डेटा स्टोर करने के लिए पंच कार्ड का इस्तेमाल किया और यह आधुनिक कंप्यूटर का अग्रदूत था। पहला इलेक्ट्रॉनिक डिजिटल कंप्यूटर "इलैक्ट्रॉनिक न्यूमेरिकल इंटीग्रेटर एंड कंम्प्यूटर" था, जिसे चालीस के दशक में विकसित किया गया था। यह मशीन जटिल गणना करने में सक्षम थी और इसका उपयोग विभिन्न प्रकार के सैन्य और वैज्ञानिक अनुप्रयोगों के लिए किया जाता था। पचास के दशक में, पेरोल और इन्वेंट्री प्रबंधन जैसे व्यावसायिक अनुप्रयोगों के लिए कंप्यूटर का उपयोग किया जाने लगा।

पहले व्यावसायिक कंप्यूटर बड़े और महंगे थे, लेकिन जैसे–जैसे तकनीक उन्नत हुई, कंप्यूटर छोटे और अधिक किफायती होते गए। सत्तर के दशक में एप्पल द्वितीय और आईबीएम पीसी ने शुरूआती पर्सनल कंप्यूटर विकसित किए। इन मशीनों ने लोगों के कंप्यूटर के उपयोग करने के तरीके में क्रांति ला दी, क्योंकि वे अपने पूर्ववर्तियों की तुलना में बहुत अधिक उपयोगकर्ता के अनुकूल थे। अस्सी के दशक में कमोडोर 64 और एप्पल मैकिंटोश जैसे पहले घरेलू कंप्यूटरों का विकास हुआ। इन मशीनों ने लोगों को वर्ड प्रोसेसिंग और गेमिंग जैसे विभिन्न कार्यों के लिए अपने घरों में कंप्यूटर का उपयोग करने की अनुमति दी। नब्बे के दशक में इंटरनेट का विकास हुआ, जिसने लोगों के कंप्यूटर के उपयोग करने के तरीके में क्रांति ला दी। इंटरनेट ने लोगों को दुनिया भर से जानकारी प्राप्त करने और वास्तविक समय में एक दूसरे के साथ संवाद करने की सुविधाएं उन्नत कीं। आज, कंप्यूटर का उपयोग कई प्रकार के कार्यों के लिए किया जाता है, जिसमें वर्ड प्रोसेसिंग से

लेकर गेमिंग और रोबोट को नियंत्रित करना शामिल है। कंप्यूटर हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन गए हैं, और उनके बिना दुनिया की कल्पना करना मुश्किल है।

1.3 आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) की पृष्ठभूमिः

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) का इतिहास पचास के दशक का है, जब पहला कंप्यूटर विकसित किया गया था। 'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस' शब्द पहली बार 1956 में जॉन मैकार्थी द्वारा गढ़ा गया था। इन सात दशकों में एआई एक सैद्धांतिक अवधारणा से व्यावहारिक वास्तविकता में विकसित हुआ है। प्रारंभिक एआई अनुसंधान एल्गोरिदम विकसित करने पर केंद्रित था जो समस्याओं को हल कर सकता था और निर्णय ले सकता था। इसके बाद विशेषज्ञ प्रणालियों का विकास हुआ, जिन्हें मानव विशेषज्ञ की निर्णय लेने की प्रक्रिया की नकल करने के लिए डिजाइन किया गया था। अस्सी के दशक में, एआई अनुसंधान तंत्रिका नेटवर्क के विकास में स्थानांतरित हो गया, जो मानव मस्तिष्क के बाद निर्मित कंप्यूटर सिस्टम हैं। नब्बे के दशक में, एआई अनुसंधान ने बुद्धिमान एजेंटों को विकसित करने पर ध्यान केंद्रित किया, जो कंप्यूटर प्रोग्राम हैं जो अपने पर्यावरण के साथ बातचीत कर सकते हैं और अपने अनुभवों से सीख सकते हैं। इससे मशीन लर्निंग एल्गोरिदम का विकास हुआ, जिसका उपयोग स्वायत्त रोबोट और अन्य बुद्धिमान सिस्टम बनाने के लिए किया जाता है। आज एआई का उपयोग सेल्फ–ड्राइविंग कारों से लेकर चिकित्सा निदान तक कई तरह के अनुप्रयोगों में किया जाता है। एआई का उपयोग व्यवसायों की दक्षता में सुधार करने और विभिन्न कार्यों को स्वचालित करने के लिए भी किया जाता है। एआई के विकसित होने और भविष्य में और भी अधिक शक्तिशाली बनने की उम्मीद है।

1.4 मीडिया में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंसः

इंटरनेट के विस्तार के परिणामस्वरूप न्यूज चैनल्स, मीडिया उद्योग, जनसंपर्क संस्थाएं, विज्ञापन संस्थाएं, समाचार एजेंसीज, ओटीटी जैसे– नेटफ्लिक्स और यूट्यूब जैसी ऑन–डिमांड स्ट्रीमिंग सेवाओं ने मीडिया के सभी स्वरूपों को परिवर्तित कर दिया है। यह सुनिश्चित करने के लिए कि वे प्रतिस्पर्धी बने रहें, मीडिया कंपनियां अपनी सामग्री की मात्रा और गुणवत्ता दोनों में सुधार करने के लिए एआई जैसी अत्याधुनिक तकनीकों पर अधिक भरोसा कर रही हैं। एआई का उपयोग मीडिया क्षेत्र में विषय अनुसंधान से निर्माण तक किया जा रहा है, जैसे–

मेटाडेटा टैगिंगः एआई–आधारित वीडियो इंटेलिजेंस तकनीकों का उपयोग अत्यधिक मात्रा में उत्पादित सामग्री को वर्गीकृत करने के लिए किया जाता है।

सामग्री का वैयक्तिकरण : एआई और मशीन लर्निंग एल्गोरिदम उपयोगकर्ता के व्यवहार और जनसांख्यिकी का विश्लेषण करते हैं ताकि अनुरूप अनुभव प्रदान किया जा सके।

रिपोर्टिंग स्वचालन : रणनीतिक निर्णय लेने को स्वचालित करने के लिए एआई और प्राकृतिक भाषा पीढ़ी का उपयोग किया जाता है।

बहुभाषीय अनुवादक : एआई का उपयोग स्वचालित रूप से विदेशी मीडिया को स्थानांतरित करने और अनुवाद करने के लिए किया जाता है ताकि यह व्यापक दर्शकों के लिए सुलभ हो। एआई मीडिया फर्मों के लिए लगातार विकसित हो रहे डिजिटल परिदृश्य के साथ बने रहना और अपने ग्राहकों को सर्वोत्तम संभव अनुभव प्रदान करना आसान बना रहा है।

2. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का मीडिया में महत्व :

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) बड़े–बड़े आंकड़ों को जल्दी और सटीक रूप से विश्लेषण और संसाधित करने की क्षमता के कारण मीडिया के क्षेत्र में महत्वपूर्ण होता जा रहा है। एआई एल्गोरिदम दर्शकों के व्यवहार में मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकता है, मीडिया आउटलेट्स को अपने कंटेंट को अपने दर्शकों की प्राथमिकताओं के अनुरूप बनाने की अनुमति देता है। समाचार लेख लिखने से लेकर वीडियो और ऑडियो सामग्री तैयार करने तक सामग्री निर्माण के लिए एआई–संचालित उपकरणों का भी उपयोग किया जा रहा है। इससे न केवल समय और संसाधनों की बचत होती है बल्कि दर्शकों के लिए अधिक वैयक्तिकृत और आकर्षक अनुभव भी प्राप्त होते हैं। इसके अलावा, एआई मीडिया आउटलेट्स को फर्जी खबरों और गलत सूचनाओं के प्रसार से निपटने में मदद कर सकता है। पैटर्न का विश्लेषण करके और झूठी जानकारी की पहचान करके एआई एल्गोरिदम समाचार संगठनों को तथ्यों की जाँच करने और स्रोतों को सत्यापित करने में मदद कर सकता है।

एआई उपयोगकर्ता डेटा का विश्लेषण करके और लक्षित वितरण करके मीडिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है पत्रकारिता क्षेत्र में एआई के उपयोग ने हाल के वर्षों में महत्वपूर्ण ध्यान आकर्षित किया है। इस क्षेत्र में एआई तेजी से महत्वपूर्ण होता जा रहा है, स्वचालित समाचार लेखन, तथ्य–जाँच, वैयक्तिकृत समाचार वितरण, छवि और वीडियो पहचान, ट्रांसक्रिप्शन और अनुवाद, सोशल मीडिया मॉनिटरिंग, वैयक्तिकृत समाचार अनुशंसाएँ, फैक्ट–चेकिंग, वितरण, अनुवाद और वर्चुअल असिस्टेंट समेत एआई कई रोमांचक तरीकों से न्यूजरूम के भविष्य को आकार दे रहा है। इन तकनीकों का लाभ उठाकर, न्यूजरूम अपनी सामग्री निर्माण, वितरण और जुड़ाव में सुधार कर सकते हैं, अंततः अपने दर्शकों को सार्थक और मूल्यवान जानकारी प्रदान कर सकते हैं।

3. शोध समस्या :

वर्तमान समय में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के आगमन के साथ ही मीडिया के क्षेत्र में भी नवाचारों का दौर जारी है। डिजिटल ही नहीं पारम्परिक मीडिया जैसे– प्रिन्ट, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर भी आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के प्रभाव स्पष्ट रूप से देखे जा रहे हैं। एआई मानव आश्रित कार्यक्षेत्र में मशीनों के प्रयोग को बढ़ावा दे रहा है। देश के सुप्रसिद्ध न्यूज चैनल की एआई एंकर सना इसका सशक्त उदाहरण है। एआई और मीडिया की इन अंतरक्रियाओं से मीडिया शोधकर्त्ताओं के सामने कुछ प्रश्न उठते हैं जैसे एआई का विषय–वस्तु निर्माण प्रक्रिया में कैसी भूमिका होगी सहयोगी या निर्णयाक की? कैसे असत्य तथ्यों के प्रचार–प्रसार को रोकने में एआई सहायक हो सकता है? इत्यादि जिनका अध्ययन अनिवार्य हो जाता है। प्रस्तुत शोध मीडिया अध्ययन में एआई के विभिन्न आयामों का समझने का प्रयास है। प्रस्तुत शोध में एआई के माध्यम से स्वनिर्मित मीडिया विषय सामग्री उत्पादन, उपभोक्ता रूचि अनुसार विषय–सामग्री वितरण और मानव–कंप्यूटर अंतरक्रिया के विशिष्ट अनुभव इन तीन प्रमुख पक्षों के विभिन्न आयामों पर अध्ययन कर किया जायेगा। यह अध्ययन हमें मीडिया विकास में कृत्रिम बुद्धिमत्ता के अनुप्रयोग के विविध आयामों को सामने लायेगा। विस्तारपूर्ण स्वनिर्मित विषय सामग्री उत्पादन शारीरिक श्रम रहित मीडिया सामग्री बनाने की प्रक्रिया है (लूगर, 2005)। एक कंप्यूटर पूर्व निर्धारित एल्गोरिदम का उपयोग करके अपरिष्कृत डेटा से उपयोगी जानकारी को स्वचालित रूप से फिल्टर कर सकता है और एक संरचित रिपोर्ट या समाचार तैयार कर सकता है। वह प्रक्रिया जिसके द्वारा कंप्यूटर उपयोगकर्ताओं की व्यक्तिगत सामग्री वरीयताओं को पहचानते हैं और रिकॉर्ड करते हैं और विशिष्ट उपयोगकर्ताओं को प्रासंगिक नई मीडिया सामग्री को स्वचालित रूप से पुश या वितरित करते हैं, सामग्री का अनुकूलित वितरण कहा जाता है। मानव–कंप्यूटर अंतरक्रिया उन गतिविधियों को संदर्भित करता है जो मानव और कंप्यूटर के बीच होती हैं। वर्तमान में, मानव–कंप्यूटर संपर्क का जोर उपयोगकर्ता के अनुभव को और अधिक अच्छा बनाने पर है।

4. शोध–साहित्य की समीक्षा :–

शोध विषय से सम्बंधित साहित्य का अध्ययन, विश्लेषण और मनन शोध को सही दिशा देने के साथ ही परिमार्जित भी करता रहता है। शोध–साहित्य की समीक्षा शोध की सम्पूर्ण प्रक्रिया का सबसे महत्वपूर्ण चरण हैं जो अध्ययन के प्रारम्भ से अंत तक उसके सभी चरणों में उपयोगी होती है। विषय चयन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के साथ ही विषय के विविध आयामों को समझने में भी सहायक हाती है। यह द्वितीय आंकड़ें संकलन में सहायक है। शोधकर्ता उपलब्ध साहित्य के विश्लेषण से विषयांतर को भी ढूंढता है और अपने शोध की प्रसंगिगता को भी रेखांकित करता है। प्रस्तुत शोध में समाचार–पत्र, शोध पत्रिकाएं व पत्रिकाएं, वेबसाइट, यूटयूब चैनलस, वीडियो–आडियो आदि शोध विषय सम्बंधित साहित्य का अध्ययन किया गया है।

राहेल इग्नोटोफ्स्की (2022) ने ग्राफिकस के माध्यम से कंप्यूटर इतिहास को रेखांकित किया है। अबेकस से लेकर स्मार्टफोन तक, इस पुस्तक में आविष्कारों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है, उनके रचनाकारों और उनके पीछे के लक्ष्यों पर प्रकाश डाला गया है। यह इस बात की भी पड़ताल करता है कि कैसे एआई एल्गोरिदम हमारे रोजमर्रा के जीवन में तेजी से एकीकृत होते जा रहे हैं। सुलभ जानकारी, मजेदार तथ्यों और चर्चा प्रारंभ करने वालों के माध्यम से, कंप्यूटर का इतिहास कंप्यूटिंग के अतीत, वर्तमान और भविष्य की एक आकर्षक खोज प्रदान करता है।

स्टीव वोज्नियाक (2007) एक न्यूयॉर्क टाइम्स के प्रसिद्ध लेखक है जिसका विज्ञान, व्यवसाय और संस्कृति में व्यापक योगदान है। उन्होंने कंप्यूटर की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि मे लिखा है – "अतीत में, कंप्यूटर बड़े, भारी मशीन थी जो वेंडिंग मशीनों की तरह दिखते थे। लेकिन एक अकेले व्यक्ति के 'तकनीकी आविष्कार ने इन भारीभरकम मशीनों को पर्सनल कंप्यूटर के रूप जनमानस के हाथों पहुँचा दिया। स्टीव जॉब्स के साथ, एप्पल कंप्यूटर की स्थापना हुई और तकनीक की दुनिया हमेशा के लिए बदल गई।''

वाल्टर इसाकसन (2015) द्वारा लिखित 'द इनोवेटर्सः हाउ ए ग्रूप ऑफ इनवेनर्टस, हेकार्स, जिनियस एंड गिकस क्रियट्स डिजिटल रिवोलूशन बाय' पुस्तक में एडा लवलेस, वन्नेवर बुश, एलन ट्यूरिंग, जॉन वॉन न्यूमैन, जे.सी.आर. लिक्लाइडर, डग एंगेलबार्ट, रॉबर्ट नॉयस, बिल गेट्स, स्टीव वोज्नियाक, स्टीव जॉब्स, टिम बर्नर्स–ली और लैरी पेज के बारे में बताया गया है। और इसमें लिखा है कि सफल नवाचार के लिए सहयोग और टीम वर्क कैसे आवश्यक है। यह पुस्तक यह समझने के लिए एक अमूल्य मार्गदर्शिका है कि डिजिटल क्रांति वास्तव में कैसे हुई और अपने स्वयं के जीवन में रचनात्मकता और सहयोग को बढ़ावा देने वाले किसी भी व्यक्ति के लिए इसे अवश्य पढ़ें।

एआई और रोबोटिक्स के भविष्य में रुचि रखने वाले किसी भी व्यक्ति के लिए 'आर्किटेक्ट्स ऑफ इंटेलिजेंस' एक बहुमल्य पुस्तक है। इस पुस्तक में, मार्टिन फोर्ड (2018) ने 23 अग्रणी शोधकर्ताओं व उद्यमियों का साक्षातकार लिया गया है। यह सभी प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष से एआई निमार्ण उद्योग से संबंधित हैं। सभी साक्षातकार का उद्देश्य कृत्रिम बुद्धिमत्ता की गहरी समझ और नौकरी बाजार, अर्थव्यवस्था और समाज पर इसके प्रभाव को उजागर करना था। बातचीत में एआई के विकास, क्षितिज पर संभावित प्रमुख नवाचारों, मानव–स्तरीय मशीन इंटेलिजेंस की दिशा में पथ, और एआई अग्रिमों के बारे में जागरूक होने जैसे विषयों को शामिल किया गया है। यह विचारोत्तेजक पुस्तक एआई के भविष्य में मूल्यवान अंतर्दृष्टि और एक झलक प्रदान करती है।

अपनी पुस्तक 'लाइफ 3.0ः बीइंग ह्यूमन इन द एज ऑफ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस' में, प्रोफेसर डॉ मैक्स टेगमार्क (2018) ने हमारे जीवन पर आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के संभावित प्रभावों की पड़ताल की है। साथ ही यह भी समझाया है कि अर्थव्यवस्था पर इसके क्या प्रभाव है और यह हमारी सुरक्षा को कैसे प्रभावित कर सकता है। कैसे एआई का विकास

यूटोपियन और डायस्टोपियन दोनों परिणामों को जन्म दे सकता है, और पुस्तक तकनीक से जुड़े जोखिमों के प्रबंधन के लिए व्यावहारिक समाधान प्रदान करती है। यह विचारोत्तेजक पाठ हमारे समय की सबसे महत्वपूर्ण बातचीत में एक आवश्यक अंतर्दृष्टि प्रदान करता है, जो एआई में दुनिया के अग्रणी विशेषज्ञों में से एक द्वारा लिखा गया है।

'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस' रसेल और नॉर्विग (2022) द्वारा लिखित एक आधुनिक दृष्टिकोण, चौथा संस्करण कृत्रिम बुद्धि के क्षेत्र के बारे में जानने और जानने के इच्छुक लोगों के लिए एक आवश्यक संसाधन है। यह मशीन लर्निंग, डीप लर्निंग, ट्रांसफर लर्निंग, मल्टीएजेंट सिस्टम, रोबोटिक्स, प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण, कार्य–कारण, संभाव्य प्रोग्रामिंग, गोपनीयता, निष्पक्षता और सुरक्षित जैसे विषयों का नया या विस्तारित समझ प्रदान करती है। गणितीय या एल्गोरिथम विवरण में जाने से पहले सहज ज्ञान युक्त व्याख्याओं का उपयोग करके प्रमुख अवधारणाओं को पेश करने के लिए एक सहज दृष्टिकोण का उपयोग करता है। एआई के लिए अपने एकीकृत दृष्टिकोण और क्षेत्र के व्यापक कवरेज के साथ, यह पुस्तक निश्चित रूप से छात्रों और पेशेवरों के लिए एक मूल्यवान संसाधन होगी।

एआई के इस नए संस्करण में रसेल (2015) ने 2003 के बाद से क्षेत्र में परिवर्तन और प्रगति को शामिल किया है। एआई के वास्तविक दुनिया के अनुप्रयोग, जैसे वाक् पहचान, मशीन अनुवाद, चालक रहित कार और घरेलू रोबोट अब आम हो गए हैं। इसके अतिरिक्त, अनुसंधान में बड़ी सफलताएँ मिली हैं, विशेष रूप से प्रायिकता, मशीन लर्निंग और कंप्यूटर विजन में।

टाईनं पहलाजारिन और एनेट एलेन–साविको (2022) ने 'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस एंड द मीडिया' रिकॉन्साइडिंग राइट्स एंड रिस्पॉन्सिबिलिटीज' पुस्तक में मीडिया क्षेत्र में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) के उपयोग के नियमन पर गहराई से विचार किया है। यह क्षेत्र में अग्रणी विशेषज्ञों से शोध का उपयोग करते हुए जवाबदेह एआई उपयोग के लिए अधिकारों, जिम्मेदारियों और प्रोत्साहनों की जांच करता है। एआई समेत नई तकनीक के कानूनी और नैतिक प्रभावों को समझने के लिए यह एक महत्वपूर्ण पुस्तक है, और वे मीडिया और विनियमन को कैसे प्रभावित करते हैं। पुस्तक किसी भी नकारात्मक सामाजिक प्रभाव को कम करते हुए एआई के जिम्मेदार उपयोग को प्रोत्साहित करने के लिए सूचित कानूनों और नीतियों को प्रोत्साहित करती है।

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) मशीनों के लिए मानव बुद्धि का अनुप्रयोग है। पचास के दशक के बाद से, जब एलन ट्यूरिंग ने ट्यूरिंग टेस्ट को मशीन इंटेलिजेंस के माप के रूप में प्रस्तावित किया और जॉन मैकार्थी ने 'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस' शब्द गढ़ा, एआई ने दुनिया भर में विभिन्न व्यवसायों और सेवाओं को बढ़ाने के लिए हाल के वर्षों में काफी प्रगति की है। विचर्ट (2020) ने पता लगाया कि एआई को क्वांटम कंप्यूटिंग और मशीन लर्निंग में कैसे लागू किया जा रहा है। एआई लोगों की क्षमता से परे जटिल मुद्दों के समाधान को तेज करता है और डेटा को जल्दी से संसाधित करता है, जिससे कठिन समस्याओं को सेकंड में हल किया जा सकता है (विचर्ट, 2020)। क्वांटम कंप्यूटिंग का लाभ उठाकर, एआई काम को तेज करने और दक्षता बढ़ाने में सक्षम है।

मशीन लर्निंग आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) (विचर्ट, 2020) का एक अभिन्न अंग है। यहां तक कि क्वांटम कंप्यूटिंग के अपने पूर्ण समाधान प्राप्त किए बिना भी, एआई हर रोज मील के पत्थर को पूरा करना जारी रखता है, जिससे यह और भी अधिक संचयी लाभ लाता है। पुजोल और उनके सहयोगियों के लेख 'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस रिसर्च एंड डेवलपमेंट' (2014) ने एआई के कुछ नवीनतम विकास और अनुप्रयोगों की खोज की। इनमें डीपफेक, रोबोट हैंड डेक्सटेरिटी, अल–जेनरेटेड सिंथेटिक टेक्स्ट, अपसाइड डाउन रीनफोर्समेंट लर्निंग, थ्री–बॉडी प्रॉब्लम सॉल्विंग, और एक्सपेंडेबल आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस शामिल हैं। रोबोट हाथ की निपुणता परियोजना के माध्यम से, जिन रोबोटों ने प्रशिक्षण प्राप्त किया है, उनका उपयोग वास्तविक दुनिया की समस्याओं से निपटने के लिए किया जाता है

कार्यक्रमों और उत्पादों (हरमन, 2021) की सिफारिश करने के लिए नेटफ्लिक्स और अमेजॅन जैसी ऑनलाइन स्ट्रीमिंग सेवाओं द्वारा आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस को व्यापक रूप से अपनाया गया है। विपणक तेजी से एआई–संचालित अंतर्दृष्टि का लाभ उठा रहे हैं ताकि ग्राहकों को किसी विशेष उत्पाद या सेवा (हरमन, 2021) के प्रति प्रभावी रूप से प्रभावित किया जा सके। एआई भविष्य में स्वचालित होने के लिए अनुमानित 85 प्रतिशत ग्राहक संवाद के साथ मनुष्यों को आसानी से और लागत प्रभावी ढंग से उनकी समस्याओं का समाधान खोजने में सक्षम बनाता है (हरमन, 2021)।

4.1 उपलब्ध शोध साहित्य में विषयांतर :

विषय पर पहले किए गए शोध में किसी भी अंतराल को खोजने के लिए साहित्य समीक्षा करना एक महत्वपूर्ण कदम है। साहित्य के स्रोतों में अकादमिक जर्नल, पुस्तकें और उद्योग रिपोर्ट शामिल हो सकते हैं। इसके अतिरिक्त, गूगल स्कॉलर और जेएसटीओआर जैसी वेबसाइटें मौजूदा शोध को खोजने के लिए उपयोगी हैं। इन स्रोतों की जांच से पिछले शोध में अंतराल की पहचान करने और अध्ययन के लिए नए शोध प्रश्न या परिकल्पना तैयार करने में मदद मिली है। विषय पर मौजूदा साहित्य की जांच के बाद ये अंतराल सामने आये हैंः

- ग्राहक अनुभव को बढ़ाने और नवाचार को चलाने के लिए एआई का उपयोग कैसे किया जा सकता है, इसका अध्ययन आवश्यक है।
- भारत में एआई एंकर, चैट जीटीपी, चैट बोल्ट आदि के विषय में प्रमाणिक अध्ययन की कमी है।
- उद्योग में एआई के नैतिक प्रभावों पर शोध की कमी, एआई नीतियों, रूपरेखाओं और दिशानिर्देशों पर सूक्ष्म विश्लेषित साहित्य की कमी है।
- भारतीय मीडिया में एआई कैसे समावेशिता और विविधता को बढ़ावा दे सकता है, कृत्रिम बुद्धिमत्ता का यह पक्ष नहीं मिलता है। भारत जैसे विविधता वाले देश में एआई के समावेशित उपयोग पर अध्ययन अति आवश्यक है।
- मीडिया क्षेत्र में एआई द्वारा प्रस्तुत संभावित चुनौतियों पर और अधिक शोध की आवश्यकता है।
- वर्तमान में उपलब्ध साहित्य में एआई निर्मित विषय–सामग्री उपभोक्ता का पक्ष नहीं है।

5. शोध उद्देश्य :–

अध्ययन के उद्देश्यों को तैयार करने के लिए उन शोध प्रश्नों को समझना आवश्यक है जिनका आप उत्तर देना चाहते हैं। ऐसा करने के बाद, अध्ययन के उद्देश्यों को इस तरह से लिखा जाना चाहिए जो इच्छित शोध परिणामों और वांछित परिणामों की रूपरेखा तैयार करे। इन उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए कौन से डेटा और संसाधनों की आवश्यकता होगी, इस पर विचार करना भी महत्वपूर्ण है। प्रस्तुत शोध विषय के उद्देश्य हैंः

- मीडिया को परिवर्तित करने में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की क्षमता का ज्ञात करना।
- एआई एंकर के विषय–वस्तु निर्माण और दर्शक अभिवृत्ति का विश्लेषण करना।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता की सर्वोत्तम प्रथाओं, संभावित नुकसानों, प्रवृत्तियों और चुनौतियों की पहचान करना।
- यह जांचने के लिए कि एआई ग्राहक अनुभव को कैसे बेहतर बना सकता है और नवाचार को बढ़ावा दे सकता है।
- अध्ययन में मीडिया क्षेत्र में एआई के नैतिक प्रभाव का आकलन करना और वर्तमान एआई नीतियों, रूपरेखाओं और दिशानिर्देशों का विषय–वस्तु निर्माण व उपयोग के संदर्भ में मूल्यांकन करना चाहिए।

6. शोध परिकल्पना :–

परिकल्पना को एक अस्पष्टीकृत घटना के लिए सुझाए गए समाधान के रूप में परिभाषित किया गया है जिसे अध्ययन व जांच द्वारा परीक्षण किया जाता है। प्रस्तुत शोध की परिकल्पनाएं हैं:

- आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) का उपयोग मीडिया के संचालन की दक्षता और प्रभावशीलता में सुधार के लिए किया जा रहा है, जिसके परिणामस्वरूप ग्राहकों की संतुष्टि में वृद्धि हुई है और लाभप्रदता में सुधार हुआ है।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता ने मीडिया क्षेत्र को परिवर्तन की ओर अग्रसर कर दिया है। एआई एंकर इसका उदाहरण है।
- भारतीय मीडिया में कृत्रिम बुद्धिमत्ता की वर्तमान स्थिति कम उपयोग के कारण सीमित है।
- एआई मीडिया में समावेशिता और विविधता को बढ़ावा दे सकता है।

7. शोध प्रश्न :–

प्रस्तुत अध्ययन के शोध प्रश्न हैं:

- मीडिया में एआई के वर्तमान और भविष्य के संभावित निहितार्थ क्या हैं?
- ग्राहक अनुभव को बढ़ाने, नवाचार को बढ़ावा देने और परिचालन दक्षता में सुधार करने के लिए एआई का उपयोग कैसे किया जा सकता है?
- मीडिया में एआई एंकर के उपयोग के नैतिक निहितार्थ क्या हैं?
- एआई एंकर मीडिया में समावेशिता और विविधता को कैसे बढ़ावा दे सकता है?
- क्या मीडिया में एआई का उपयोग करने के लिए कौन–कौन से अभिनव तरीके हैं?
- मीडिया में एआई का उपयोग करने की क्या चुनौतियाँ हैं और इन चुनौतियों का सम्भावित समाधान कैसे किया जा सकता है?
- मीडिया में एआई के उपयोग से जुड़ी संभावित नैतिक और गोपनीयता संबंधी चिंताएँ क्या हैं?

8. शोध क्षेत्र :–

शोध को उचित दिशा में करने के लिए आवश्यक है कि शोध क्षेत्र निश्चित व स्पष्ट हो। प्रस्तुत शोध का विषय मीडिया की भाँति व्यापक है इसलिए इसका शोध क्षेत्र निधार्रित करना आवश्यक है। वर्तमान शोध में मीडिया और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) के अंतरसंबंधों को जनना और समझना है। इस अंतरसंबंधों और क्रिया–प्रतिक्रिया का अध्ययन स्वयंनिर्मित विषय सामग्री उत्पादन, उपभोगता रूचि अनुसार विषय–सामग्री वितरण और मानव–कंप्यूटर अंतरक्रिया अनुभव इन तीन आयामों पर किया जायेगा। इसके लिए चयनित मीडिया क्षेत्र व एआई उपकरणों विशेषकर एआई एंकर के विशेष संदर्भ में इनका अध्ययन किया जायेगा। इसमें मीडिया में समावेशिता और विविधता को बढ़ावा देने के लिए एआई की क्षमता का आकलन और वर्तमान एआई नीतियों, रूपरेखाओं और दिशानिर्देशों का आकलन कर सकता है। यह शोध मीडिया में एआई की भूमिका पर केंद्रित है।

9. शोध का महत्व :–

इस अध्ययन का शोध महत्व मीडिया उद्योग को बदलने में एआई की क्षमता की खोज में निहित है। इसका उद्देश्य यह समझना है कि एआई का उपयोग मौजूदा प्रक्रियाओं को अनुकूलित करने, नए अवसर पैदा करने और लोगों की सामग्री तक पहुंचने के तरीके में क्रांति लाने के लिए कैसे किया जा सकता है। यह शोध उद्योग में एआई की वर्तमान और भविष्य की स्थिति में अंतर्दृष्टि प्रदान करेगा, और एआई द्वारा लाए जा सकने वाले मूल्य की समग्र समझ बढ़ाने में योगदान देगा। मीडिया उद्योग में एआई की भूमिका को बेहतर ढंग से समझना है और जिस तरह से हम बनाते हैं उसे बदलने की इसकी क्षमता और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) विभिन्न उद्योगों में क्रांति ला रहा है, और मीडिया उद्योग बहुत पीछे नहीं है। जैसे–जैसे मीडिया में एआई का उपयोग अधिक प्रचलित होता जा रहा है, इसकी भूमिका और संभावित प्रभाव को समझने के लिए अनुसंधान की आवश्यकता है। एआई का उपयोग डेटा का विश्लेषण करके और अंतर्दृष्टि उत्पन्न करके समाचार लेख, वीडियो और पॉडकास्ट जैसी सामग्री उत्पन्न करने के लिए किया जा सकता है। इससे मीडिया कंपनियों को तेज गति से कंटेंट तैयार करने और कंटेंट बनाने की लागत कम करने में मदद मिल सकती है। दर्शकों के संदर्भ को समझकर, एआई अधिकतम जुड़ाव के लिए सामग्री का अनुकूलन भी कर सकता है।

हालाँकि, मीडिया में एआई का उपयोग करने में महत्वपूर्ण चुनौतियाँ और संभावित कमियाँ भी हैं। एआई एल्गोरिदम में पूर्वाग्रह की संभावना मुख्य्य चिंताओं में से एक है। यदि इन एल्गोरिदम को प्रशिक्षित किया जाता है जो मीडिया कंपनियों द्वारा उत्पादित और प्रचारित सामग्री को प्रभावित कर सकता है। यह सुनिश्चित करने के लिए इन पूर्वाग्रहों को पहचानने और संबोधित करने की आवश्यकता है कि उत्पादित सामग्री निष्पक्ष, सटीक और निष्पक्ष है। इसके अतिरिक्त, एआई सिस्टम द्वारा एकत्र किए गए उपयोगकर्ता डेटा की गोपनीयता और स्वामित्व के बारे में भी चिंताएं हैं। इन नैतिक विचारों को संबोधित करना यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है कि मीडिया में एआई का उपयोग एक जिम्मेदार और स्थायी तरीके से किया जाए।

मीडिया में एआई की भूमिका में अनुसंधान को एआई को लागू करने में मीडिया कंपनियों के सामने आने वाली चुनौतियों की पहचान करने की भी जरूरत है। इसमें आंकड़ों का संग्रह, आंकड़ों की गुणवत्ता और आंकड़ों की गोपनीयता से संबंधित चुनौतियाँ शामिल हैं। मीडिया कंपनियों के पास आंकड़ों के संग्रह के लिए एक स्पष्ट रणनीति होनी चाहिए और यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वे जो आंकड़े एकत्र करते हैं वह एआई सिस्टम में प्रभावी ढंग से उपयोग करने के लिए पर्याप्त गुणवत्ता वाला हो। इसके अलावा, मीडिया कंपनियों को अपने दर्शकों के साथ पारदर्शी होने की जरूरत है कि वे अपने आंकड़ों को कैसे एकत्र और उपयोग करते हैं।

मीडिया उद्योग में एआई के उपयोग के आसपास के संभावित लाभों, चुनौतियों और नैतिक विचारों को समझने के लिए मीडिया में एआई की भूमिका में शोध महत्वपूर्ण है। यह डेटा पर जो मौजूदा सामाजिक पूर्वाग्रहों को दर्शाता है, वे इन पूर्वाग्रहों को उस सामग्री में पुनरू उत्पन्न कर सकते हैं जो वे उत्पन्न करते हैं या अनुशंसा करते हैं। इससे मीडिया सामग्री में विविधता और समावेशिता की कमी हो सकती है, जो हाशिए के समुदायों को नुकसान पहुंचा सकती है।

एक अन्य चुनौती एआई–जनित सामग्री में मौलिकता और रचनात्मकता की कमी की संभावना है। जबकि एआई कुशलतापूर्वक इनपुट डेटा के आधार पर सामग्री बना सकता है, यह वास्तव में अद्वितीय और अभिनव विचारों का उत्पादन करने के लिए संघर्ष कर सकता है। इससे प्रयोग और रचनात्मकता के लिए कम जगह के साथ मीडिया सामग्री का समरूपीकरण हो सकता है।

10. शोध सीमाए :—

अध्ययन की कई सीमाएँ हैं जिन्हें ध्यान में रखा जाना आवश्यक है। मीडिया के पेशेवरों के छोटे से समूह पर केंद्रित समूह सर्वेक्षण और साक्षात्कार से आंकड़ें एकत्रित किये जायेगें जो अध्ययन के निष्कर्षों के समान्यीकरण को सीमित कर सकते हैं। नई प्रौद्योगिकियां और लगातार विकसित होती जा रहीं एआई विधियों के कारण प्रस्तुत अध्ययन में मीडिया और एआई अनुप्रयोगों के पूर्णरूप से सामने रखने में सक्षम नहीं होगा। इस शोध का उद्देश्य मीडिया के विशिष्ट क्षेत्रों की पहचान करना है जहां एआई को लागू किया जा सकता है और इसकी प्रभावशीलता का मूल्यांकन किया जा सकता है। इसमें यह विश्लेषण करना शामिल है कि सामग्री निर्माण, वितरण, दर्शकों की व्यस्तता में एआई का उपयोग कैसे किया जा सकता है।

11. शोध पद्धतियाँ :—

प्रस्तुत शोध में मिश्रित शोध पद्धति का उपयोग किया जायेगा इसमें गुणात्मक और मात्रात्मक आंकड़ों को एक ही विश्लेषण में सम्मिलित करना शामिल है। यह दृष्टिकोण शोधकर्ताओं को डेटा को त्रिकोणित करने, अभिसारी निष्कर्षों की तलाश करने और दोनों विधियों की शक्तियों और सीमाओं को संतुलित करने की अनुमति देता है। साथ ही, यह निष्पक्षता, वैधता और विश्वसनीयता जैसे मुद्दों को हल करने में मदद करेगा, जो अनुसंधान में महत्वपूर्ण हैं।

इसमें मीडिया व एआई के अंतरसंबंधों पर वर्णनात्मक केस स्टडी करने के साथ ही उद्योग के विशेषज्ञों, हितधारकों और उपभोक्ताओं का अर्ध—संरचित साक्षात्कार और फोकस समूह सर्वेक्षण के संयोजन का उपयोग करके डेटा एकत्र किया जाएगा। प्रमुख विषयों और पैटर्न की पहचान करने के लिए विषयगत विश्लेषण का उपयोग करके आंकड़ों का विश्लेषण किया जाएगा। अतः इस शोध में तीन मुख्य शोध विधियों के माध्यम से प्राथमिक आंकड़ों का संग्रहण करेंगे।

1. केस स्टडी : किसी विशेष संदर्भ में किसी घटना की खोज करते समय यह शोध पद्धति उपयुक्त होती है। मीडिया में एआई के मामले में, इसमें एआई को अपनाने वाले एक या अधिक मीडिया संगठनों की जांच करना और उद्योग पर उनके प्रभाव का विश्लेषण करना शामिल हो सकता है। प्रस्तुत शोध में एआई एंकर के विविध आयामों पर सूक्ष्म स्तर पर अध्ययन किया जाएगा।

2. सर्वेक्षण : शोध की इस पद्धति में बड़ी संख्या में व्यक्तियों से आंकड़ो को एकत्र करना शामिल है। उदाहरण के लिए, उद्योग पर एआई के प्रभाव के बारे में उनकी धारणाओं के बारे में मीडिया पेशेवरों का सर्वेक्षण किया जा सकता है। प्रस्तुत शोध में केन्द्रित समूह सर्वेक्षण के माध्यम से आंकड़ों को संग्रहित करेंगे।

3. साक्षात्कार : यह विधि विशेषज्ञों, हितधारकों या मीडिया व्यवसायियों के साथ बातचीत के माध्यम से किसी विषय की गहन खोज की अनुमति देती है। प्रस्तुत शोध में साक्षात्कार एआई के तकनीकी पहलुओं, एआई एंकर, नैतिक चिंताओं, या मीडिया नवाचार में एआई की भूमिका जैसे विषयों को अधिक व्यापक रूप से समझा जा सकता हैं।

12. अध्याय :—

1. प्रस्तावना :

- शोध विषय
- साहित्य समीक्षा
- शोध प्रविधि
- वैद्यता एवं विश्वसनीयता

2. मीडिया : एक परिचय

- मीडिया की अवधारणा
- मीडिया – विविध स्वरूप
- मीडिया – एक सशक्त जनमाध्यम
- मीडिया में नवाचार

3. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) :

- एआई का परिचय
- एआई के विविध स्वरूप
- एआई का उपयोग एवं प्रयोग
- एआई का महत्व एवं भविष्य

4. मीडिया और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का अंतरसंबंध

- मीडिया सामग्री निर्माण में एआई
- मीडिया सामग्री वितरण में एआई
- मीडिया दर्शकों की व्यस्तता में एआई
- नैतिक विचार और संभावित प्रभाव

5. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) एंकर : केस स्टडी

- एआई एंकर परिचय
- पृष्ठभूमि
- मीडिया में एआई का क्रियान्वयन
- मीडिया एवं दर्शकों पर प्रभाव
- भारत में एआई एंकर

6. अध्ययन समूह का अभिमत

- साक्षात्कार
- सर्वेक्षण

7. निष्कर्ष

ग्रन्थसूची
परिशिष्ट

शोध ग्रंथ सूचीः

Appelgren, Ester, and Gunnar Nygren. 2014. Data Journalism in Sweden. Digital Journalism

Aronson, Jay D. 2018. Computer Vision and Machine Learning for Human Rights Video Analysis: Case Studies, Possibilities, Concerns, and Limitations. Law and Social Inquiry

Bastos, Marco, and Dan Mercea. 2018. The Public Accountability of Social Platforms: Lessons from a Study on Bots and Trolls in the Brexit Campaign. Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences

Biswal, Santosh Kumar, and Nikhil Kumar Gouda. 2020. Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane? Singapore: Springer

Boczkowski, P. J. 2004. Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers. Inside Technology. Cambridge and London: MIT Press

Borges-Rey, Eddy. 2016. Unravelling Data Journalism: A Study of Data Journalism Practice in British Newsrooms. Journalism Practice

Broussard, Meredith. 2015. Artificial Intelligence for Investigative Reporting: Using an Expert System to Enhance Journalists' Ability to Discover Original Public Affairs Stories. Digital Journalism

Broussard, Meredith. 2018. Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World, 1st ed. Cambridge: MIT Press.

Broussard, Meredith, Nicholas Diakopoulos, Andrea L. Guzman, Rediet Abebe, Michel Dupagne, and Ching Hua Chuan. 2019.

Artificial Intelligence and Journalism. Journalism and Mass Communication Quarterly

Chan-Olmsted, Sylvia M. 2019. A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. International Journal on Media Management

Danzon-Chambaud, Samuel. 2021. Covering COVID-19 with Automated News. Columbia Journalism Review. Available online:https://www.cjr.org/tow_center_reports/covering-covid-automated-news.php (accessed on 6 August 2021).

Diakopoulos, Nicholas. 2020. Computational News Discovery: Towards Design Considerations for Editorial Orientation Algorithms in Journalism. Digital Journalism

Guzman, Andrea L., and Seth C. Lewis. 2020. Artificial Intelligence and Communication: A Human–Machine Communication Research Agenda. New Media & Society